

MULHERES EMPREENDEDORAS, SOCIEDADES PRÓSPERAS





DEPARTAMENTO DE ESTADO DOS EUA

VOLUME 16 / NÚMERO 8

Publicado em março de 2012

Coordenadora	Dawn L. McCall
Editor executivo	Nicholas S. Namba
Diretor de Conteúdo Escrito	Michael Jay Friedman

Diretora editorial	Mary T. Chunko
Editor-gerente	Andrzej Zwaniecki
Gerente de Produção	Janine Perry
Designer	Dori Walker

Desenho do jogo de tabuleiro	Chris Piers
Revisora do português	Marília Araújo

The Bureau of International Information Programs O Bureau de Programas de Informações Internacionais do Departamento de Estado dos EUA publica as revistas eletrônicas eJournal USA. Cada edição analisa uma grande questão enfrentada pelos Estados Unidos e pela comunidade internacional e informa os leitores internacionais sobre a sociedade, os valores, o pensamento e as instituições dos EUA.

Cada *eJournal* é publicada em inglês, seguida pelas versões eletrônicas em espanhol, francês, português e russo. Algumas edições também são traduzidas para o árabe, o chinês e o persa. Cada revista é catalogada por volume e por número.

As opiniões expressas em *eJournal USA* não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA. O Departamento de Estado dos EUA não assume responsabilidade pelo conteúdo nem pela continuidade do acesso aos sites da internet para os quais há links nas revistas; tal responsabilidade cabe única e exclusivamente às entidades que publicam esses sites. Os artigos, fotografias e ilustrações das revistas podem ser reproduzidos e traduzidos fora dos Estados Unidos, a menos que contenham restrições explícitas de direitos autorais, em cujo caso é necessário pedir permissão aos detentores desses direitos mencionados na publicação.

Editor, *eJournal USA*
IIP/CD/WC
U.S. Department of State
2200 C Street, NW
Washington, DC 20522-0501
USA
E-mail: eJournalUSA@state.gov

Sobre esta edição

Formuladores de políticas e especialistas em negócios tentaram promover o empreendedorismo para as mulheres como uma forma de realizarem suas aspirações e terem um bom sustento. Muitas empresas multinacionais têm programas para promover mulheres empreendedoras, como o 10 Mil Mulheres da Goldman Sachs, o Mulheres Vencedoras da Ernst & Young, o 5 BY 20 da Coca-Cola e a Iniciativa Global de Empoderamento Econômico das Mulheres do Walmart. Toda essa atividade nos faz perguntar: tudo isso é somente boas relações públicas das empresas ou se trata realmente de um argumento empresarial para o empreendedorismo da mulher?

Diversos estudos mostram que o empoderamento econômico da mulher contribui para a redução da pobreza. À medida que a produção econômica dos países cresce, aumenta a gama de opções para as mulheres contribuírem para a economia. A secretária de Estado, Hillary Rodham Clinton, citando economistas, disse que “a maior participação das mulheres no mercado de trabalho global no mundo desenvolvido correspondeu a uma parcela do crescimento global maior do que a parcela da China” na última década.

Em todo o mundo mulheres empreendedoras estão cada vez mais visíveis à medida que abrem e fazem crescer seus negócios, transformando-os em pequenas empresas ou empreendimentos globais de sucesso. No entanto, o potencial empresarial das mulheres está longe de estar plenamente realizado. Tanto nos países desenvolvidos quanto nos em desenvolvimento, futuras empreendedoras precisam de mais acesso a capacitação, capital e recursos técnicos, bem como de mais exposição a oportunidades empresariais na cadeia de fornecimento global.



©Getty Images

Minha pasta, parte do Programa Global de Empreendedorismo do Departamento de Estado dos EUA, consiste em várias iniciativas destinadas a ajudar as mulheres a realizar seu potencial empreendedor. O Programa de Empreendedorismo para Mulheres Africanas traz empresárias da África Subsaariana aos Estados Unidos para capacitação e valioso networking comercial. Em setembro

de 2011, a Cúpula sobre as Mulheres e a Economia do Fórum de Cooperação Econômica Ásia-Pacífico (Apec) definiu as bases para a agenda contínua de empoderamento da mulher nas 21 economias da Apec. E a Iniciativa Pathways Access (PAI) foi elaborada como programa-piloto para capacitar e conectar empresárias qualificadas com empresas americanas que buscam diversificar e ampliar suas redes de fornecimento. A meta do modelo da PAI é “tornar-se global” no futuro próximo.

Esta edição de *eJournal USA* incentiva as mulheres a ir atrás de suas ambições empreendedoras. Ela traz experiências de mulheres de negócios de todo o mundo e apresenta empreendedoras bem-sucedidas que podem servir de exemplo. Também identifica barreiras e as melhores práticas para superá-las. Espero que este conteúdo seja inspirador e útil. ■

—Jackie Piatt Spedding



Courtesia: Jackie Piatt Spedding

Jackie Piatt Spedding é assessora sênior da Iniciativa Global de Negócios para Mulheres do Bureau de Assuntos Econômicos e Comerciais do Departamento de Estado dos EUA.

Sirva-se dos produtos do empreendedorismo!

BREADS	CAKES	PIES
FINDUS SOURDOUGH	RED VELVET	FOUR FIVE THREE
CHEESE	ITALIAN CREAM	CHERRY APPLE
WHEAT	CARROT STRAWBERRY	KEY LIME
CINNAMON	ROCKY ROAD	BOSTON CREAM
CINNAMON RAISIN	"SHADOW"	CHOCOLATE
RYE	FLAYER CAKE	LEMON MERINGUE
	GERMAN CHOCOLATE	BOSTON CREAM
	COCONUT PINEAPPLE	PECAN
	SEASONAL CAKES & PIES AVAILABLE	
BAGELS	BROWNIES	COOKIES
COFFEE		
REG. PEACH		
L'APPOLLINO		
FLAVORS: VANILLA HAZELNUT IRISH CREAM COCONUT		
SWISS CHOCOLATE CHOCOLATE MINT		
CAKE DIET COKE SPRITE WATER JUICE		

SPECIAL

TRY A NEW
Vanilla Hazelnut
Iced Coffee
ONLY \$1.99

Thank you!!
We enjoyed our visit to The Seattle



Mulheres Empreendedoras, Sociedades Prósperas

4 Mulheres empreendedoras revigoram economias

LAUREL J. DELANEY, CONSULTORA DE PEQUENAS EMPRESAS, FUNDADORA DA GLOBE TRADE. COM

Sedentas de reconhecimento e de uma vida melhor, as mulheres no mundo em desenvolvimento batalham pelo sucesso nos negócios.



11 Dicas sobre como abrir uma empresa

Em primeiro lugar, não deixe que o medo e a falta de segurança a paralisem.

12 Close do empreendedorismo feminino

Estudos quase sempre contradizem o quadro tradicional.

13 Construindo um negócio andar por andar em Benin

Administrando um salão de cabeleireiro, Maryam Sikira tem uma inspiração: se sirvo bebidas, por que não comida?

15 Mulheres podem se divertir como empreendedoras de tecnologia

VINITA GUPTA, EMPREENDEDORA DE ALTA TECNOLOGIA, FUNDADORA DA DIGITAL LINK CORPORATION Quando as mulheres inovam, elas ficam exultantes.



16 Apostando no comércio eletrônico

Janette Toral é chamada de “mãe do comércio eletrônico” nas Filipinas.

17 Desafio do empreendedorismo

Teste suas habilidades para abrir um negócio de artesanato para turistas.

20 Orgulhosamente fabricado na Albânia

Donika Mici vê oportunidades nas prateleiras vazias das lojas.

22 Costurando um padrão de sucesso empresarial na Cisjordânia

M. SCOTT BARTOT Fatima al-Jada abre um negócio em Qalqiliya com uma máquina de costura.

26 De academia de ginástica a transformação da atividade física na Colômbia

Gigliola Aycardi tornou-se empresária para poder definir sua própria agenda de trabalho e de exercícios.

29 Tecendo negócios de reconstrução energética no Afeganistão

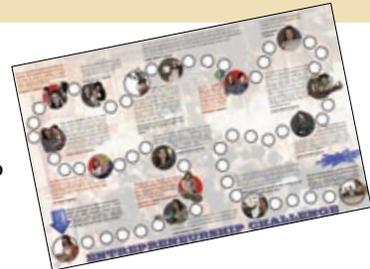
Quando Masooma Habibi estava quase desistindo, alguma coisa lhe disse para não parar e continuar tentando!

32 Galeria de fotos: como você começou seu negócio?

Seis empreendedoras americanas bem-sucedidas foram inspiradas por acontecimentos da vida, encontros casuais e paixões pessoais.

36 Recursos adicionais

As opiniões expressas nesta revista não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos Estados Unidos



Mulheres empreendedoras revigoram economias

Laurel J. Delaney





Como mãe, desenhista de moda, empresária e atriz, a sul-africana Nkhensani Nkosi domina múltiplas tarefas



©AP Images

Acima: Cuidado com a agulha: a afegã-americana Rangina Hamidi, à direita, tem uma loja de roupas em Candahar; no Afeganistão
À direita: Aqui não se trata de jogo com conchas: empresária ajeita produtos fabricados com conchas marinhas em shopping center de Pasay City, próximo a Manila, nas Filipinas

Quando me tornei empresária, não tinha muito dinheiro, rede de segurança, mentor e nem mesmo cliente à vista. Nem ao menos tinha experiência em dirigir uma empresa: em 1985, deixei um cargo confortável no ramo de exportação de uma pequena fábrica para lançar o que mais tarde veio a se tornar a Globetrade.com, consultoria de marketing global. Os riscos decorrentes da atividade de empreendedora me tiravam o sono. São os riscos que todas as mulheres enfrentam quando tomam alguma atitude para melhorar de vida ou tornar seus sonhos realidade.

No meu caso, o que eu tinha era energia, entusiasmo, experiência limitada, vontade de aprender mais e uma ideia “simples” (sem envolver mudança de vida) de ajudar empresas a expandir seus negócios em nível internacional. Assim que me concentrei nessas características positivas e na possibilidade de sucesso, os riscos começaram a se desfazer na minha cabeça. Comecei a criar coragem e a me preparar para abrir uma empresa.

Meu primeiro passo foi tentar exportar produtos alimentícios diferenciados. Eu já tinha aprendido como exportar produtos de limpeza diferenciados quando trabalhava para um fabricante. Esse conhecimento podia ser transferido, com certeza. Escolhi exportação de alimentos porque adoro comer — como todo mundo, não é? — e sabia intuitivamente que devia haver um mercado no exterior.

Os riscos decorrentes da atividade de empreendedora me tiravam o sono

Preparei-me lendo 25 livros sobre o assunto, examinando recursos on-line e, em seguida, dei o primeiro passo. Minha primeira ligação de vendas foi para o escritório local de uma grande empresa de importação e exportação do Japão com sede em Tóquio. Marquei uma entrevista com o gerente da divisão de alimentos, consegui convencê-lo a comprar minha linha de biscoitos e o resto é história. Até aquele momento, eu nunca havia feito uma ligação de vendas para um japonês, nunca havia vendido um produto alimentício na minha vida e, na verdade, não tinha ideia do que estava fazendo. Mas a questão é que você muitas vezes precisa aprender a abrir uma empresa da forma mais difícil — na prática.

A partir dessa venda inicial, a GlobeTrade obteve sucesso e ganhou reputação mundial como especialista importante em pequenas empresas globais.

Minha experiência não é única. Sou apenas uma de um número cada vez maior de mulheres do mundo todo





©AP Images

Não são bonitas? A secretária de Estado, Hillary Clinton, admira bijuterias feitas e vendidas por empresárias na Zâmbia

a superar temores, inibições e barreiras externas para pôr em prática suas ideias e gerar renda primária por meio do empreendedorismo.

MULHERES EMPREENDEDORAS: GANHANDO ESPAÇO

Segundo um estudo de 2010 da Fundação Kauffman, as mulheres abrem empresas, em geral, pelas mesmas razões pelas quais os homens o fazem — para acumular riqueza, capitalizar suas ideias e ser seu próprio patrão.

Nos países mais pobres, a maioria das mulheres abre empresas por necessidade econômica.

Em 2010, mais de 104 milhões de mulheres entre 18 e 64 anos estavam engajadas ativamente no lançamento e na condução de novos empreendimentos comerciais, contribuindo significativamente para a economia de 59 países estudados pelo Monitor Global de Empreendedorismo (GEM), consórcio internacional de pesquisa universitária. Outros 83 milhões de mulheres dirigiam empresas que tinham aberto havia mais de três anos.

Nos últimos anos, a porcentagem de empresas abertas por mulheres ultrapassou de modo significativo a porcentagem de empresas abertas por homens em todos os grupos étnicos dos Estados Unidos, de acordo com Maria Minniti e Wim Naudé, do Instituto Mundial de Pesquisa em Economia do Desenvolvimento. Tendências semelhantes são encontradas em todo o mundo em desenvolvimento.

Mas o aumento do empreendedorismo feminino está sendo transferido dos países desenvolvidos para os países em desenvolvimento, onde as áreas de oportunidades empresariais inexploradas são maiores.

O número de empresas pertencentes



Cortesia: Departamento de Estado dos EUA

Especialista americano em negócios orienta empresária indonésia em Jacarta como parte da delegação do Programa Global de Empreendedorismo dos EUA em 2011



©Getty Images

Compre leite e biscoitos aqui: Benita Lica, membro da comunidade Collagua do Peru, dirige sua mercearia em Colca Canyon

As mulheres abrem empresas pelas mesmas razões pelas quais os homens o fazem — para acumular riqueza, capitalizar suas ideias e ser seu próprio patrão

a mulheres está aumentando com mais rapidez nas economias mundiais emergentes — principalmente no Brasil, na Índia, no Vietnã e nas Filipinas. Na verdade, em muitas economias em desenvolvimento, a porcentagem de empreendedoras é maior do que o dos países mais industrializados do mundo, segundo Joel Kotkin, professor de Estudos Urbanos da Universidade Chapman, na Califórnia.

MULHERES COMO PROPULSORAS DE CRESCIMENTO E MUDANÇA

Na última década, as mulheres lideraram cerca de um terço de toda a atividade empresarial mundial, de acordo com o GEM. Mas muitos especialistas dizem que a falta de



©AP Images

A empresária iraniano-americana Anousheh Ansari voa alto: ela ajudou a fundar duas empresas de alta tecnologia e fez uma viagem ao espaço

Muitas mulheres descobrem que não precisam olhar muito longe para descobrir empresárias bem-sucedidas em suas próprias comunidades locais

autoconfiança, bem como educação e modelos de referência insuficientes, baixa condição social, burocracia, falta de dinheiro e demandas competitivas urgentes da família e dos negócios criam obstáculos que impedem mais mulheres de abrir empresas. Nos países em desenvolvimento, esses desafios são em geral maiores que nos Estados Unidos e em outros países desenvolvidos, onde precursoras de empreendedoras abriram caminho para elas.

Alguns desafios podem ser resolvidos por meio de leis e melhorias no ambiente empresarial geral, podendo beneficiar tanto empreendedores quanto empreendedoras. Alguns governos, impelidos pela evidência cada vez maior de que o empreendedorismo é um catalisador do desenvolvimento e crescimento econômicos, começaram a fazer exatamente isso. Por exemplo, a maioria das empresárias de Bangladesh pesquisada por uma câmara de comércio local diz que o ambiente comercial geral em seu país está se tornando mais favorável para empreendedoras, apesar das atitudes tradicionais em relação a mulheres que trabalham fora de casa.

A mudança de atitudes e normas sociais em Bangladesh e em outros países demandará mais trabalho por parte de defensores, simpatizantes e ativistas em prol das mulheres. O que poderá ajudá-las é a visão das mulheres como propulsoras cruciais do empreendedorismo devido a seu papel singular na família e o aumento das famílias chefiadas por mulheres em todo o mundo em desenvolvimento, dizem Maria Minniti e Wim Naudé

Inúmeras iniciativas apoiadas por governos, universidades e empresas de países desenvolvidos visam a estimular e promover o empreendedorismo feminino. Por exemplo, o Programa de Empreendedorismo das Mulheres Africanas foi projetado para aumentar a integração de empresárias africanas na economia global. Graças a esse programa patrocinado pelos EUA, uma tanzaniana formou uma rede de mil empresárias e fechou

um acordo comercial para colocar tecidos e estampas criados por ela nos mostruários de uma das maiores lojas de departamento dos EUA, a Macy's.

PALAVRAS PARA OS SÁBIOS: CHAVES PARA O SUCESSO

Assim como a empreendedora tanzaniana, milhões de mulheres podem realizar seu potencial se ousarem não apenas sonhar, mas também agir seguindo seus sonhos.

Quando começam a percorrer o caminho do empreendedorismo, muitas mulheres descobrem que não precisam olhar muito longe para descobrir empresárias bem-sucedidas em suas próprias comunidades locais. Contatos são fundamentais para aumentar as chances de sucesso. Outras empreendedoras podem oferecer conselhos sobre como encontrar clientes, obter assistência jurídica, garantir recursos para expandir oportunidades — e como aprender com os erros. (Veja “Dicas de como abrir uma empresa”.)

Para ganhar autoconfiança e superar atitudes sociais inibidoras, as mulheres precisam estar sempre conectadas entre si, ajudar-se mutuamente, buscar modelos de referência, atualizar seus conhecimentos e aptidões, bem como ter uma visão clara do que desejam realizar. ■



Cortesia: Laurel Delaney

Laurel Delaney (acima), empresária e especialista em negócios, é fundadora da GlobeTrade.com, com sede em Chicago, do blog Global Small Business e da Women Entrepreneurs GROW Global. É também supervisora de importação e exportação da About.com e uma das primeiras participantes do Fórum Mundial de Empreendedorismo

As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.

Dicas sobre como abrir uma empresa

©Corbis Images



Será que vai vender? A loja de bolos especiais de Cheekay Chow está aberta e pronta para fazer negócios no distrito central de Hong Kong

- 1 Descubra sua paixão.** Se você gosta de fazer luvas tricotadas à mão, continue a fazer apenas isso e abra um negócio em torno disso, porque a paixão importa quando prosseguir fica difícil ou você fica cansada.
- 2 Teste o que tem para oferecer** com a família e os amigos para obter as reações iniciais. Se eles gostarem, você está no caminho certo! Muitas vezes, uma ideia comercial é deflagrada por uma observação que alguém faz: "Isto é uma delícia! Onde posso conseguir mais?" ou "É fantástico! Onde posso comprar um?"
- 3 Vá atrás de ajuda do governo.** Procure programas, seminários ou workshops feitos sob medida para empreendedores e novos donos de empresas. Peça para falar com representantes com experiência em dirigir e expandir uma empresa. Verifique se as agências de desenvolvimento, empresas ou grupos não governamentais de países adiantados oferecem capacitação ou outras formas de apoio.
- 4 Para criar uma entidade comercial formal, procure a ajuda de organizações de apoio locais especializadas em empresas iniciantes ou de amigos ou conhecidos com experiência comercial.** Por exemplo, pergunte a seus contatos comerciais se eles recomendariam o contador ou o advogado deles, pago para lidar essencialmente com esse tipo de serviço. Fale com o gerente de um banco local. Talvez ele possa sugerir um especialista direcionado para as suas circunstâncias e os seus desafios.
- 5 Identifique fontes de financiamento locais ou on-line.** Vá atrás de todas as opções possíveis e imagináveis em sua busca por capital semente. Por exemplo, tente Kickstarter.com, IndieGoGo.com, Peerbackers.com e RocketHub.com. Cada um desses serviços disponíveis na internet fornece plataformas para que empreendedores obtenham financiamento de diversos contribuidores.
- 6 Localize um cliente** fora da família e dos amigos. Às vezes, são necessários apenas um ou dois bons clientes para dar a partida. Peça-lhes para indicar a sua empresa.
- 7 Determine como fazer seu produto ou serviço chegar a seus clientes.** Como será a entrega? Ao se decidir, faça uma experiência. Se funcionar, continue a expedir!
- 8 Tome providências para receber os pagamentos.** Você aceitará pagamentos em sua moeda local? Um cheque nominal a você ou à sua empresa? Ou, então, você pensou em permutar — receber alguma coisa de que precisa em troca do que está oferecendo?
- 9 Apregoe seu sucesso em alto e bom tom.** Contate a mídia, blogueiros e funcionários do governo que trabalham com empreendedores para que compartilhem sua história de sucesso. Todo mundo gosta de progresso.

— Laurel Delaney



Close do empreendedorismo feminino

EM GERAL

- Os índices do empreendedorismo feminino são muito mais elevados nos países em desenvolvimento do que nos desenvolvidos.
- As empreendedoras de países pobres tendem a ter mais confiança em suas habilidades empresariais do que as dos países mais ricos.
- As empreendedoras dependem mais do que os empreendedores do apoio da família ampliada.
- As empresas de propriedade de mulheres tendem a crescer mais devagar, tanto em vendas quanto em empregos, do que as de propriedade de homens.

Fonte: *Female Entrepreneurship in Developing Countries*, Maria Minniti e Wim Naudé, UNU-WIDER, 2010

Não se preocupe, ela dá conta: Aziza Ibrahim, acima, é a primeira mulher a dirigir empresa de entregas de gás de cozinha na Jordânia

NOS ESTADOS UNIDOS

- O número de empresas de propriedade de mulheres cresceu em ritmo quase duas vezes mais rápido que o de empresas de propriedade de homens de 1997 a 2011.
- Os setores com maior concentração de empresas de propriedade de mulheres são a saúde, a educação e os serviços de cuidados pessoais.
- Os homens são donos de mais do dobro de empresas no setor de alta tecnologia do que as mulheres.
- É mais provável as mulheres verem o encorajamento de um sócio como incentivo fundamental para abrir uma empresa que os homens

Fontes: *Characteristics of New Firms: A Comparison by Gender*, Fundação Kauffman, 2009; *Invest in Women, Invest in America*, Comitê Econômico Conjunto do Congresso, 2010; *American Express OPEN State of Women-Owned Business Report*, 2011.

eJOURNAL USA 12

NO ORIENTE MÉDIO E NORTE DA ÁFRICA

- Empresas de propriedade de mulheres são tão produtivas, especializadas em tecnologia e conectadas aos mercados globais quanto as de propriedade de homens.
- As empresas de propriedade de mulheres tendem a contratar mais funcionárias e gerentes mulheres que as de propriedade de homens.
- Os índices de fracasso de empresas de propriedade de homens e de mulheres são semelhantes.
- Tratamento diferencial nos termos de leis não comerciais, bem como normas sociais e atitudes negativas, refreiam o empreendedorismo feminino.

Fonte: *The Environment for Women's Entrepreneurship in MENA*, Banco Mundial, 2007

Construindo um negócio ANDAR POR ANDAR em Benin

Abrir seu próprio negócio não ocorrera inicialmente a Maryam Sikira. Aos 20 e poucos anos, ela deixou sua cidade natal de Cotonou, a maior de Benin, para procurar emprego em Lagos, na Nigéria. Por já ter trabalhado para diversos empresários e diplomatas, tinha experiência suficiente para ser contratada como governanta e cozinheira por Curtis Huff, diplomata americano. Após criar reputação como boa organizadora de hospitalidade doméstica e cozinheira, Sikira começou a receber bonificações de Huff com regularidade.

Ciente de que perderia o emprego quando Huff voltasse para Washington, ela percebeu o seguinte: “Tinha de tomar conta de mim e aprender alguma coisa.” Portanto, à noite e nos finais de semana foi trabalhar em um salão de beleza no centro de Lagos para aprender a fazer penteados. Impressionado por sua iniciativa, Huff se ofereceu para guardar suas bonificações em local seguro.

Construa e os clientes virão: Sikira em pé na frente do prédio que abriga seu restaurante e futura casa de pensão.



Qual sua disposição hoje? Um salão de cabeleireiro no Mercado Oshodi a céu aberto em Lagos.

©Corbis Images

COCEIRA EMPRESARIAL

quando Huff deixou Lagos, Sikira voltou para Cotonou para aproveitar o melhor ambiente empresarial de lá e ficar mais perto da família. Ela teve o impulso de abrir um salão de cabeleireiro, e as bonificações acumuladas guardadas por Huff vieram a calhar como capital inicial. Assim, arrendou do governo um terreno público localizado no centro, que constatou ser um lixão não oficial para os habitantes locais.

“Minha família me ajudou a limpá-lo e a construir um barracão de aço corrugado”, declarou.

Nesse “barracão” Sikira abriu um salão de cabeleireiro, que chamou de *Coiffure Americaine*. As instalações elétricas eram tão precárias que por diversas vezes ela sofreu choques elétricos. Porém os clientes, tanto mulheres quanto homens, começaram a chegar quando ela colocou um anúncio em uma rádio local e sua boa reputação foi divulgada boca a boca. Mais tarde, construiu uma edificação mais segura e mais sólida, que foi ampliada até se tornar um salão de beleza quando incluiu serviços de manicure e pedicure.

CONSEGUINDO AOS POUCOS

Toda vez que enfrentava desafios, disse Sikira, recebia estímulo e ideias dos amigos locais e de Huff (agora diretor de um programa de intercâmbio no Bureau de Assuntos Educacionais e Culturais do Departamento de Estado em Washington).

“Curtis estava sempre à minha disposição, pronto para me dar conselhos ou tomar providências”, afirmou. “Assim, fui progredindo aos poucos.”

Sikira oferecia bebidas a seus clientes, inicialmente de graça, depois pagas. Ela teve então um rasgo de inspiração: se sirvo bebidas, por que não servir comidas também?

Adicionou um segundo andar à construção, onde abriu um restaurante. No começo pretendia chamá-lo de McDonald’s. Porém se decidiu por Curtis Fast Food após Huff lhe explicar que isso não era possível devido às leis de propriedade intelectual. O restaurante, que serve refeições ligeiras e grandes banquetes, tornou-se tão popular que Sikira, dona, gerente e *chef*, teve de contratar alguns funcionários. Também admitiu órfãos como estagiários informais.

Sikira notou que muitos visitantes, principalmente os de outros países africanos, procuravam um lugar para se hospedar e percebeu que seu local era ideal para um hotel. Fechou então o salão de beleza, fez um pequeno empréstimo com um banco local e adicionou outro andar ao prédio, para dar espaço a uma casa de pensão. Para esse negócio, ela quer estabelecer os melhores padrões que puder.

“Espero conseguir mais dinheiro para tornar o lugar arrumado e limpo”, disse. ■

— Andrzej Zwaniacki

Mulheres podem se **DIVERTIR** como **EMPREENDEDORAS DE TECNOLOGIA**



Cortesia: Janette Toral

Fique on-line! A empreendedora Janette Toral expõe os benefícios do comércio eletrônico em seu workshop para funcionários do governo nas Filipinas

Vinita Gupta

Estes trechos são de uma entrevista com Vinita Gupta publicada na edição de fevereiro de 2011 da revista de negócios on-line Índia Knowledge@Wharton. Este artigo faz parte da edição "Mulheres Empreendedoras, Sociedades Prósperas" da revista eletrônica eJournal USA.

A tecnologia (...) não requer trabalho físico e dá muita flexibilidade à mulher empreendedora. A tecnologia é uma ótima área para se estar, e as mulheres deveriam sonhar com isso. Elas precisam saber que nada deve detê-las. Mas a tecnologia não é neutra em termos de gênero, embora possa ser.

O que muitas mulheres não percebem é como ela pode ser divertida e como o conjunto de habilidades que elas adquirem na formação em engenharia está presente em todos os aspectos da vida. Elas adquirem enorme capacidade

crítica e analítica que as torna seres humanos melhores em todos os sentidos. É muito divertido, em especial resolver um problema se você é engenheira. O dia em que você descobre uma solução excepcional para um problema ou inova em alguma coisa, você fica no sétimo céu. Ninguém pode lhe dar tanto reconhecimento quanto você mesma.

As chances de mulheres se tornarem empreendedoras de tecnologia são maiores nos Estados Unidos do que na Índia. As mulheres na Índia assumem menos riscos do que as mulheres nos Estados Unidos. As razões para isso são as diferenças no cenário sociocultural e nos sistemas de educação. (...) [Entretanto], os Estados Unidos (...) são muito mais tradicionais ao colocar mulheres em papéis tradicionais. Por exemplo, há uma concepção errônea (...) de que as mulheres não são tão boas em matemática e em ciências. Não creio que essa percepção exista na Índia.

Quando as mulheres inovam, elas ficam exultantes.

As mulheres na Índia têm a estrutura de apoio familiar para criar seus filhos em um ambiente seguro. Por outro lado, elas podem ser reprimidas culturalmente devido a outras expectativas da família ampliada. Nos Estados Unidos, a mulher está no comando da situação.

Sempre que a mulher tem de trabalhar em período integral ou lançar-se como empreendedora, ela tem de arrumar uma solução para cuidar da família em casa. Como uma unidade familiar, nós temos de encontrar soluções. Tem de haver uma abordagem mais sistemática, tem de haver recursos disponíveis e acessíveis. A sociedade precisa evoluir nesse aspecto — e ela vai evoluir. Isso vale tanto para os Estados Unidos como para a Índia. ■

Vinita Gupta é empreendedora de tecnologia indo-americana. Ela fundou e administrou a Digital Link Corporation (hoje Quick Eagle Networks).

As opiniões expressas neste artigo não refletem necessariamente a posição nem as políticas do governo dos EUA.



Janette Toral

Apostando no comércio eletrônico

“**H**oje em dia, passo quase metade da minha vida on-line. Uso a internet como caixa de ressonância do meu ativismo, pensamentos, sonhos e sucesso. Por meio dela, também vivencio fracassos. Sem a internet, eu não estaria nem perto de onde estou hoje.” Quem escreveu essas palavras está hoje no topo do setor de tecnologia da informação (TI) nas Filipinas. Ela é Janette Toral, líder empresarial e uma das mais bem-sucedidas empreendedoras de TI do país.

ACOMPANHANDO A TECNOLOGIA

Janette ficou fascinada com os computadores em uma época em que poucas pessoas os tinham. Quando adolescente, ela brincava com um programa de planilha eletrônica no computador de sua tia. Em meados dos anos 1980, Janette estudou linguagens e programas de computação por conta própria e em escolas de informática. Em 1989, conseguiu seu primeiro emprego como instrutora de informática. Desde então, sua carreira profissional diversificou-se muito, seguindo a evolução da internet e a expansão do setor de TI.

“Logo percebi que a tecnologia da informação muda muito depressa”, disse ela. “Assim, entendi que não poderia me concentrar em apenas um tipo de software ou atividade.”

À medida que adquiria novas habilidades, suas atividades passaram a cobrir muitas áreas. Janette já foi chamada de consultora, instrutora, educadora, lobista, blogueira, pesquisadora, redatora, embaixadora, líder comunitária e “mãe da lei sobre comércio eletrônico das Filipinas”. Esses rótulos descrevem não apenas a ampla gama de suas incursões profissionais, mas também a paixão que investe nelas.

ESTIMULANDO O POTENCIAL DAS PESSOAS

Contudo, o termo que Janette acredita caracterizá-la melhor — empreendedora social — não está entre os usados em seus perfis. “Eu lido com as questões não apenas para obter lucros, mas também para melhorar as coisas no mercado”, afirmou. Por exemplo, ela criou

Logo percebi que a tecnologia da informação muda muito depressa.

a comunidade on-line DigitalFilipino para instruir seus compatriotas em comércio eletrônico e facilitar o compartilhamento de conhecimento e o networking empresarial. O clube oferece aos membros capacitação gratuita, por exemplo, em marketing de ferramentas de busca e de mídia social.

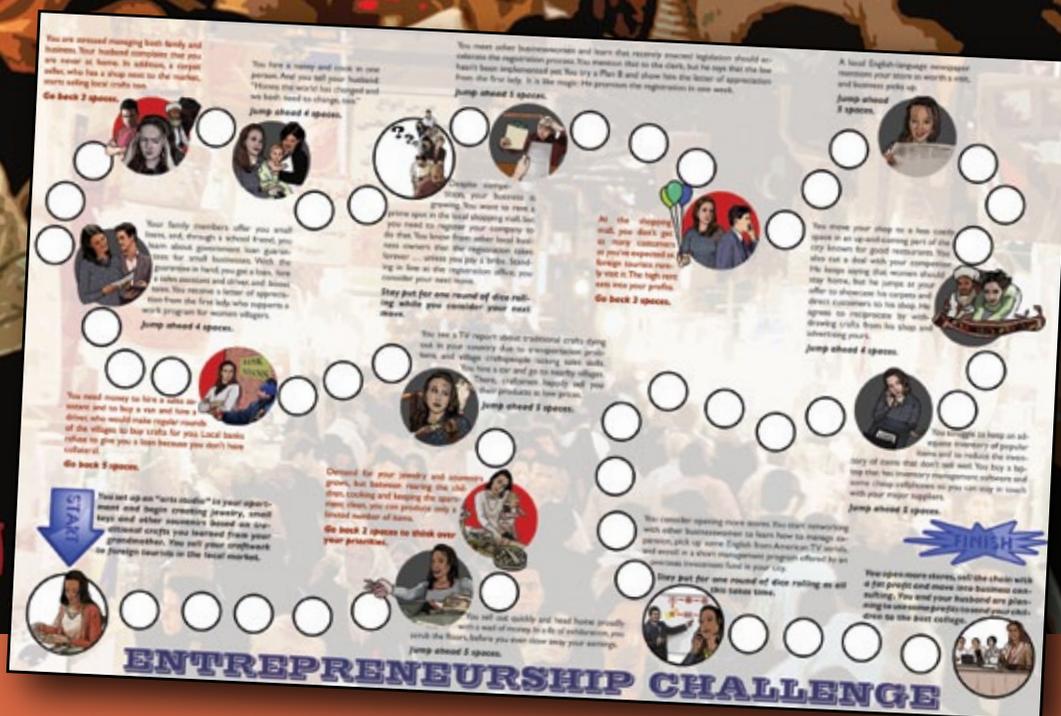
Janette também é chamada de “evangelista” da internet por uma boa razão. Ela acredita que a rede está remodelando o mundo e estimulando o potencial das pessoas, porque, graças a ela, “você pode ser o que quer ser” e as nações podem acelerar seu desenvolvimento e avançar economicamente. É por isso que, em 1997, fundou a Sociedade Filipina de Comércio na Internet e trabalhou muito para a aprovação de uma lei sobre comércio eletrônico. A lei foi aprovada em 2000, tornando muito mais fácil para as empresas filipinas realizar negócios on-line em âmbito global.

Janette considera sua maior conquista, para a qual recebeu sólido apoio de outros líderes de TI, como algo incompleto. Desde 2002, ela tem feito campanhas para a aplicação nas Filipinas do Modelo de Maturidade da Capacidade (CMM) de padrões — e depois seu sucessor, o Modelo Integrado de Maturidade da Capacidade (CMMI) — no desenvolvimento de softwares. Segundo Janette, a certificação CMMI garantirá maior qualidade no desenvolvimento de softwares e ajudará as empresas de software filipinas a competir com mais eficácia, em particular no mercado internacional.

Para ajudar a disseminar a ideia, Janette contratou com seus próprios recursos instrutores certificados da Índia e fez lobby no governo para obter apoio ao conceito. O governo acabou concordando em adotar o conceito, mas não tratou das questões que ela considera a meta final — tornar as Filipinas capaz de depender de seus próprios instrutores e consultores em CMMI. “Continuo trabalhando nisso”, afirmou a incansável Janette. ■

— Andrzej Zwanecki

JOGUE O DESAFIO DO EMPREENDEDORISMO



O CENÁRIO:

Você vive em um país de renda mais baixa, que há 15 anos se voltou para a economia de mercado. As mulheres não são discriminadas na contratação, mas de acordo com a tradição, a maioria delas fica em casa. Poucas mulheres dirigem negócios.

Você concluiu o ensino médio e mora na cidade. É casada e tem dois filhos pequenos. Seu marido, que trabalha como professor de escola de ensino fundamental, não ganha o suficiente para sustentar a família. Você precisa aumentar a renda familiar.

COMO JOGAR:

- Qualquer número de pessoas pode jogar.
- Você precisará de fichas (por exemplo, pequenas moedas), um dado, um pedaço de papel e espírito empreendedor.
- As jogadoras se revezam lançando o dado, movendo as fichas e passando pelas provações e triunfos de uma empreendedora ao longo do caminho.

QUEM GANHA:

Vence a jogadora que terminar primeiro..



Você está estressada administrando a família e o negócio ao mesmo tempo. Seu marido se queixa de você nunca estar em casa. Além disso, um vendedor de tapetes, que tem uma loja próxima ao mercado, começa também a vender artesanato local.

Volte 3 casas.



Você contrata uma arrumadeira para ajudá-la nas responsabilidades domésticas.

Avance 4 casas.



Seus familiares oferecem pequenos empréstimos e, por meio de um amigo de escola, você toma conhecimento das garantias de empréstimo do governo para pequenas empresas. Com a garantia na mão, você consegue empréstimo, contrata motorista e assistente de vendas e aumenta as vendas. Você recebe uma carta de reconhecimento da primeira-dama, que apoia um programa de trabalho para mulheres de vilarejos.

Avance 5 casas.



Você encontra outras empre...
deve acelerar o processo...
gado, mas ele diz que a lei...
carta de reconhecimento d...

Avance 5 casas.



Apesar da concorrência, o seu negócio está crescendo. Você quer alugar um ponto nobre no shopping center local, mas precisa registrar a empresa para fazer isso. Você sabe por outros donos de negócios locais que o registro pode levar uma eternidade... a não ser que se pague propina. Na fila do escritório de registros, você reflete sobre o próximo passo.

Não se mova durante uma rodada enquanto decide seu próximo passo.

Você vê uma reportagem na televisão sobre o desaparecimento do artesanato em seu país devido aos problemas de transporte e ao fato de que os artesãos não teriam habilidade para vender em outros países. Lá, os artesãos não podem vender seus produtos por preços baixos para você.

Avance 5 casas.



Você precisa de dinheiro para contratar um assistente de vendas, comprar um furgão e contratar um motorista, cuja função seria visitar regularmente os vilarejos para fazer suas compras de artesanato. Os bancos locais não aprovam seu pedido de empréstimo porque você não tem garantia.

Volte 5 casas.

Você monta um "estúdio de arte" em seu apartamento e começa a confeccionar bijuterias, pequenos brinquedos e outros souvenirs com base no artesanato tradicional aprendido com sua avó. Você vende seu artesanato para turistas estrangeiros no mercado local.



Aumenta a procura por suas bijuterias e souvenirs, mas entre criar as crianças, cozinhar e manter o apartamento limpo, você consegue produzir apenas um número limitado de itens.

Volte 3 casas para refletir sobre suas prioridades.



Você vende tudo...
orgulhosa com um...

Avance 5 casas.



DESAFIO DO EMPRE

resárias e fica sabendo que a legislação aprovada recentemente de registro. Você menciona o fato para o funcionário encarregado e ainda não foi implementada. Você tenta um Plano B e mostra a primeira-dama. É como um passe de mágica: ele faz o registro.

Os turistas estrangeiros raramente visitam shopping centers. Você recebe um número de clientes abaixo do esperado. O alto valor do aluguel corrói os lucros.

Volte 3 casas.

isção sobre o desastre em seu país devido aos efeitos de os artesãos locais. Você aluga um espaço em lojas próximas. Os clientes ficam felizes por encontrar produtos a preços baixos.

as.

Você pensa em abrir mais lojas. Começa a fazer networking com outras empresárias para aprender como administrar a expansão, absorver algum inglês dos programas americanos de TV e se matricular em programa de gestão de curta duração oferecido por um fundo de investimento estrangeiro em sua cidade.

Não se mova durante uma rodada já que tudo isso leva tempo.

rapidamente e vai para casa com um bom pedaço de dinheiro.

Um jornal local em língua inglesa recomenda visita à sua loja, e o movimento cresce.

Avance 3 casas.

Você muda sua loja para um local menos dispendioso em uma parte da cidade em franca ascensão conhecida por seus bons restaurantes. Você também entra em acordo com o seu concorrente. Ele faz questão de afirmar que as mulheres deveriam ficar em casa, mas aceita imediatamente a sua oferta de expor os tapetes que ele vende e encaminhar os clientes diretamente para a loja dele. Ele retribui retirando as peças de artesanato da loja dele e fazendo propaganda dos produtos feitos por você.

Avance 4 casas.

Você luta para manter um estoque adequado de itens populares e reduzir o estoque dos que não vendem bem. Você compra um laptop com software de gerenciamento de estoque e alguns celulares baratos para manter contato com seus principais fornecedores.

Avance 5 casas.

Você abre mais lojas, vende a rede com um bom lucro e parte para a consultoria de negócios. Você e seu marido planejam usar parte do lucro para enviar seus filhos para a melhor faculdade.

REENDEDORISMO

ORGULHOSAMENTE FABRICADO NA ALBÂNIA



Tempos de desespero seguiram-se ao colapso do comunismo na Albânia em 1991. Mas a nova era trouxe oportunidades extraordinárias.

Quando Donika Mici decidiu abrir uma fábrica de sapatos na sua Albânia natal, as chances estavam contra ela. O colapso da forma de comunismo mais cruel da Europa havia tornado a Albânia uma terra devastada, com empresas públicas falidas, trabalhadores desempregados e incompetência e corrupção governamental. Porém Donika viu oportunidades nas prateleiras vazias das lojas, nos baixos salários dos trabalhadores e na falta de concorrência.

CAMINHO DIFÍCIL

Em 1992, ela assumiu uma empresa pública de calçados em decadência e fundou uma empresa privada, a DoniAnna, uma das primeiras da Albânia pós-comunista. Contratou 120 trabalhadores, incluindo ex-engenheiros, professores e médicos, e começou a fabricar sapatos.

“Eu sabia que precisava ser forte para sobreviver porque estávamos começando do nada”, declarou.

Como economista, sabia que exportar era o que mais fazia sentido do ponto de vista econômico, disse Donika. Mas naquela época a Albânia estava tão isolada que “eu

era a única mulher de Tirana a dirigir um carro”, declarou. O mais difícil é que não havia crédito e a infraestrutura de telecomunicações do país estava tão obsoleta que identificar possíveis compradores e entrar em contato com eles foi um enorme desafio.

Os sogros de Donika se queixavam de que ela não teria condições de cuidar bem do filho e do marido. Por isso, ela contratou uma babá e uma cozinheira/governanta, e os sogros cederam, embora com relutância.

O ambiente empresarial, por mais pobre que estivesse, era dominado por homens. Quando Donika encontrava os fornecedores, eles olhavam para os lados e pediam para ver o patrão. Ela os encarava e dizia que o patrão era ela. De um jeito ou de outro, ela conseguiu manter a empresa

**Eu queria provar que uma etiqueta
‘Fabricado na Albânia’ não é obstáculo
ao sucesso internacional.**

Eu sabia que precisava ser forte para sobreviver porque estávamos começando do nada.

operando. Descobriu compradores italianos e os persuadiu de que “os albaneses podiam fabricar calçados de qualidade baratos”, disse. Obteve crédito desses compradores e contratou especialistas italianos para treinar seus funcionários e melhorar as operações fabris para que a DoniAnna pudesse atender aos padrões internacionais. Em poucos anos, a empresa estava exportando centenas de pares de sapatos por ano para os Estados Unidos, a Itália, a França e outros países. Segundo Donika, a DoniAnna consegue competir com fabricantes de produtos baratos da China e de outros países porque, por estar perto dos centros da moda e das maiores redes varejistas da Europa, pode atender os pedidos com maior rapidez.

Em 2008, sua fábrica queimou de alto abaixo em consequência da explosão de um ex-depósito militar de munições das proximidades, causando um prejuízo de quase US\$ 1,5 milhão. Mas o desastre não a abateu. Em 2009, a DoniAnna registrou cerca de US\$ 40 milhões em vendas e empregou 1.400 funcionários, e as aspirações de Donika só cresceram.

ETIQUETA “FABRICADO NA ALBÂNIA”

Segundo ela, a maioria dos concorrentes albaneses da DoniAnna fabrica pelo menos parte de seus sapatos na Itália para ganhar a chancela de uma etiqueta “Fabricado na Itália”.

“Eu queria provar que uma etiqueta ‘Fabricado na Albânia’ não é obstáculo ao sucesso internacional”, afirmou. Assim, em 2009, lançou sua própria marca de sapatos e hoje, Macy’s, Bata, Aldo e Kenneth Cole estão entre seus clientes.



Donika não estava preparada para isso: uma explosão em um depósito de armas destruiu a fábrica da DoniAnna e diversos outros edifícios, mas a empresa sobreviveu



Seus sapatos percorreram o caminho do comunismo para o capitalismo: Donika (no centro) com a subchefe da missão dos EUA em Tirana, Deborah Jones (à direita).

A DoniAnna tornou-se uma das maiores exportadoras da Albânia. Suas instalações fabris estão localizadas em áreas pobres de Tirana, o que dá a Donika satisfação especial.

“Orgulho-me da empresa que criei e das oportunidades que ela trouxe para os outros”, declarou. ■

— Andrzej Zwaniacki





Costurando um padrão de sucesso empresarial na Cisjordânia

M. Scott Bartot



Fatima al-Jada

Fatima al-Jada, do vilarejo de Habla na Cisjordânia, começou sua empresa em casa em 1987 com um presente de seu pai — uma máquina de costura.

Aprendeu a costurar após ser forçada a abandonar o ensino médio devido às circunstâncias econômicas. Assim que começou a

costurar em casa, seu pai a encorajou a aprender a dirigir e a vender seus produtos em toda a Cisjordânia.

Em 1990, Fatima expandiu sua empresa para além de sua casa e, em um prédio alugado, abriu uma fábrica, que chamou de Al Hanna Textiles.

Hoje, ela emprega mais de 160 pessoas, a maioria mulheres, em seis instalações de costura em Qalqiliya e em outras localidades na Cisjordânia.

Fatima disse não ter encontrado barreiras sociais à sua empresa por ser mulher e empregar principalmente mulheres. Mas enfrentou outros desafios, os quais venceu com paciência e resistência, dedicação de seus funcionários e ajuda do governo.

ENTRE A CRUZ E A ESPADA

Em 1990, sofreu um revés.

“Pela manhã, descobri que todas as minhas máquinas e equipamentos tinham desaparecido”, afirmou Fatima. “Foi um golpe muito duro.”

Recuperou-se vendendo o estoque e comprando o equipamento necessário para recomeçar.

Qalqiliya tem sido duramente atingida pela barreira de separação, e as tensões políticas têm às vezes impedido as operações de sua fábrica. Em 2002, a Al Hanna quase encerrou suas atividades pela dificuldade de retirar as mercadorias da Cisjordânia e enviar para mercados de exportação na Europa e nos Estados Unidos. A empresa fabrica roupas e tecidos. O acesso seguro aos mercados

**“Elas são extraordinárias”,
Fatima declarou em relação
às suas funcionárias. Quando
não podia pagá-las, elas
continuaram trabalhando.**

americano e europeu por meio de pontos de cruzamento sujeitos aos fechamentos israelenses é a linha vital de sua empresa.

“As mercadorias feitas para mercados estrangeiros têm de ser entregues dentro de certo prazo, e isso não pode acontecer quando os cruzamentos estão fechados”, relata Fatima. “Quase tive de vender minha fábrica [devido aos fechamentos], mas Deus interveio mais uma vez e o governo local me ajudou”.

O primeiro-ministro da Autoridade Palestina, Salam Fayyad, então ministro da Fazenda, mostrou interesse pessoal pela difícil situação de Fatima.

Ele “realmente me apoiou”, declarou. Quando ela não conseguiu pagar seus funcionários durante seis meses, a Autoridade Palestina cobriu o valor de dois meses de salário.

Para sobreviver, Fatima vendeu bens e fez um empréstimo de US\$ 40 mil. Ela afirmou que durante os dois anos seguintes trabalhou quase 24 horas por dia e os turnos dos trabalhadores foram aumentados para recuperar os prejuízos.

APOIO DAS TRABALHADORAS

A empresa de Fatima ajuda a criar empregos na área economicamente deprimida. Reportagens da imprensa árabe dizem que as mulheres na fábrica e em seus centros de distribuição orgulham-se de trabalhar para ela.

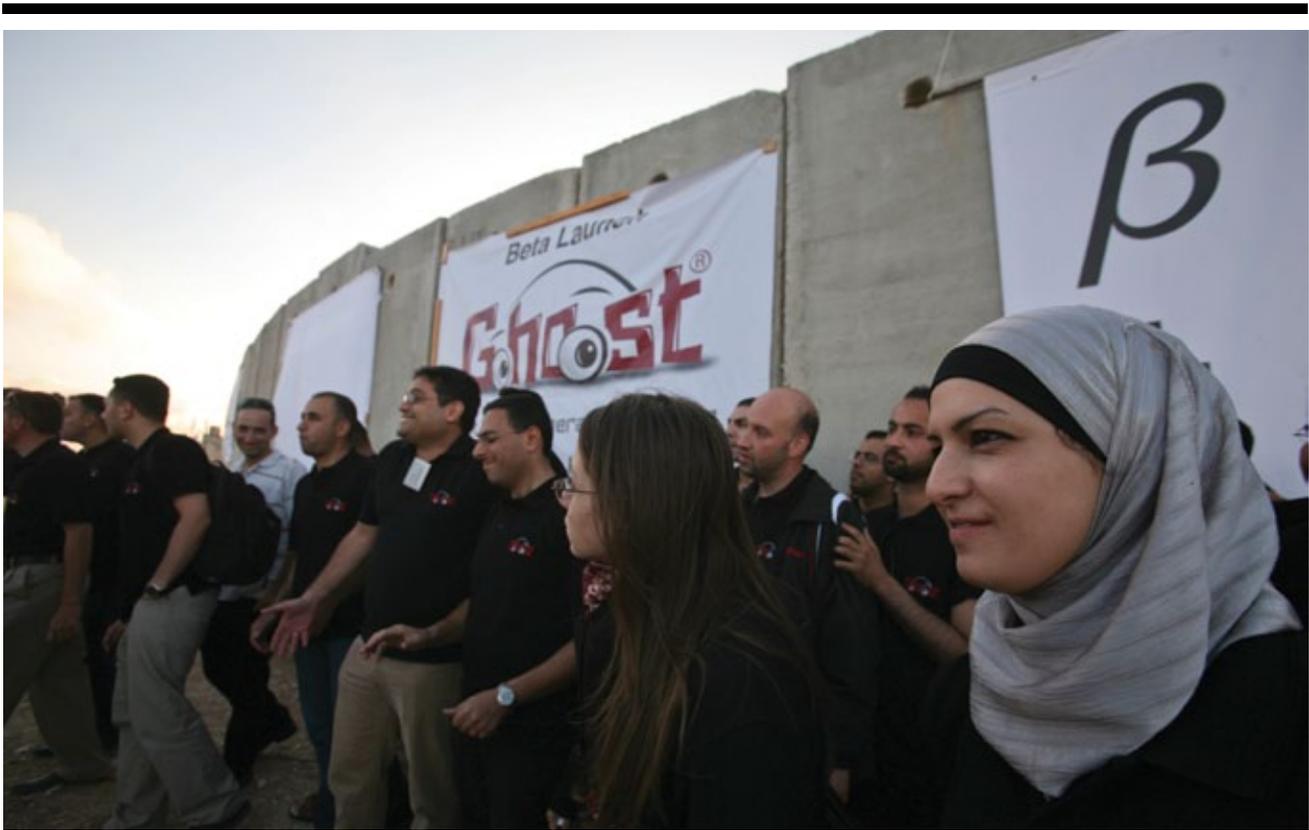
Aparentemente, o orgulho é de ambas as partes.

“Elas são extraordinárias”, Fatima declarou sobre suas funcionárias. Quando ela não podia pagá-las, elas continuaram trabalhando, acrescentou.

A empreendedora palestina acredita que, se você trata seus funcionários com justiça, “seu retorno do investimento é maior”.

Ela não encontrou obstáculos à sua empresa por ser mulher e empregar principalmente mulheres.

©AP Images



As mulheres estavam entre os empreendedores palestinos que em 2009 lançaram o sistema operacional G.ho.st Virtual Computer, perto da cidade de Beit Jalla na Cisjordânia.

Em 2010, a Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional (USAID) concedeu uma verba a Al Hanna, que ajudou a comprar máquinas de costura e empacotamento e criar aproximadamente 50 vagas de emprego. Como resultado do investimento, as vendas da Al Hanna aumentaram em 50%, de acordo com a USAID.

Convidada a participar da Cúpula Presidencial sobre Empreendedorismo de 2010, Fatima veio para Washington com a esperança de novas oportunidades de negócios.

“Trabalho com americanos, e todas as minhas transações com eles têm sido as melhores”, afirmou. ■

M. Scott Bartot é da equipe de redação do Bureau de Programas de Informações Internacionais do Departamento de Estado.



©AP Images

Azeitonas são a espinha dorsal da agricultura palestina, e a agricultura é a espinha dorsal da economia palestina.



©AP Images



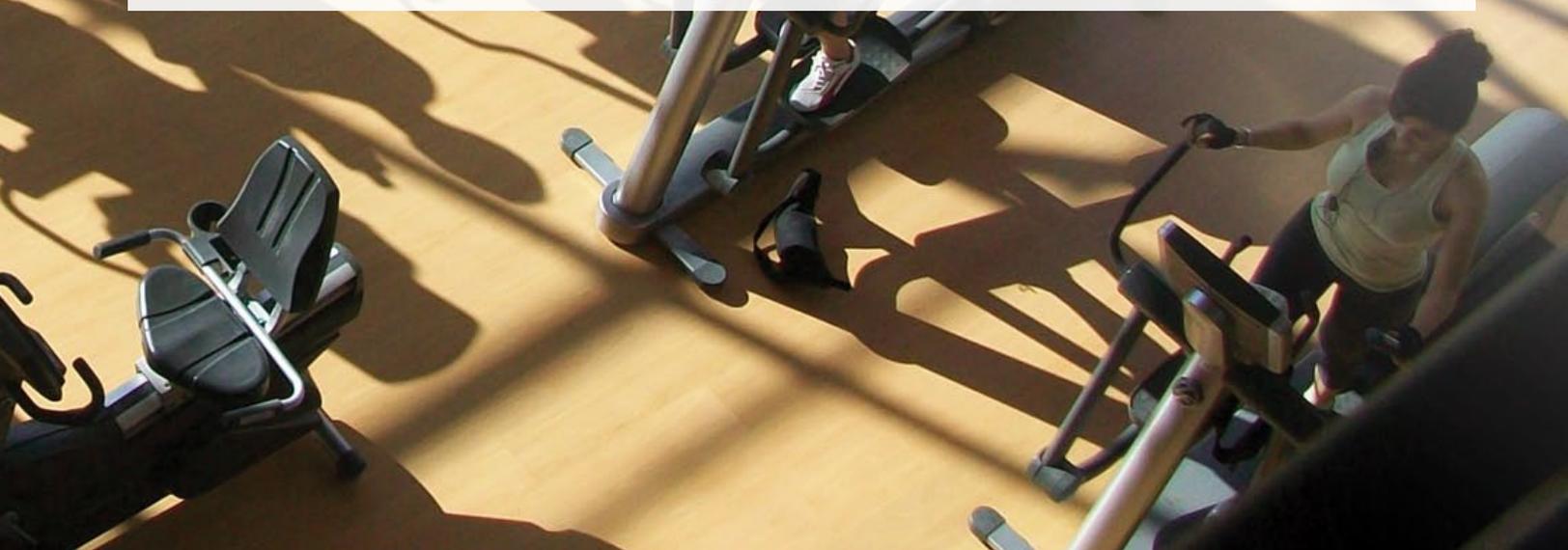
Academia da Bodytech em uma tarde pouco movimentada em Bogotá.

Cortesia: Bodytech



DE ACADEMIA DE GINÁSTICA A TRANSFORMAÇÃO DA ATIVIDADE FÍSICA NA COLÔMBIA

Gigliola Aycardi tornou-se empreendedora porque ela “não queria trabalhar para outra pessoa” e ter uma agenda toda definida. “Como eu era ingênua”, suspira Gigliola. Como vice-presidente da Bodytech, rede de centros de atividade física com sede na Colômbia que criou com o sócio, Nicolás Loaiza, ela trabalhava 18 horas por dia, sete dias por semana. E amava cada minuto.





Gigliola está feliz porque a Bodytech está indo realmente bem.

MOSTREM-ME SEUS PRODUTOS

Gigliola e Nicolás formaram-se pela Universidade dos Andes em Bogotá com mestrado em Administração de Empresas (MBA) em 1997 em uma época de grave crise econômica na Colômbia. Após tentarem, sem sucesso, conseguir empregos decentes, Gigliola e Nicolás deixaram de lado o plano de marketing para academias de ginástica que haviam escrito juntos como dissertação do MBA e decidiram abrir uma academia.

Encontraram um local de grande movimentação em uma avenida principal de um bairro de alta classe média de Bogotá, mas o único capital de que dispunham vinha de empréstimos com a família e amigos. Os bancos se recusaram a emprestar-lhes dinheiro. Sem recursos para fazer promoções, eles instalaram janelas do piso até o teto da academia para mostrar aos motoristas que passavam os clientes regulares fazendo exercícios. “Queríamos que as janelas fossem nosso material de propaganda, nosso anúncio”, disse Gigliola.

Gigliola e Nicolás abriram sua primeira academia de ginástica em janeiro de 2008. Precisamente um mês depois — ela lembra a data exata, 28 de fevereiro — um doce momento de satisfação aconteceu quando souberam que havia 1.800 alunos matriculados na Bodytech em um mês, quase dobrando a projeção mais otimista para seis meses. “A sensação foi de êxtase”, declarou Gigliola. As coisas começaram então a acelerar à medida que os dois empreendedores passaram a focar cada vez mais nos clientes de classe média e de renda mais baixa.

CRESCIMENTO CADA VEZ MAIS RÁPIDO

A certa altura, Gigliola e Nicolás abriam uma média de um centro de atividade física por mês, ao mesmo tempo que planejavam seus próximos movimentos — negociando acordos de fusão e aquisição, adicionando novos pontos de franquia e clientes institucionais e criando um instituto de capacitação física. O rápido crescimento foi viabilizado por injeções de capital provenientes de vários investidores privados e uma maior

participação de um fundo de private equity.

Gigliola declarou que a Bodytech teve sucesso porque ela e seu sócio seguiram a onda da tendência de estilos de vida mais saudáveis que chegou à Colômbia no final dos anos 1990. Naquela época, a procura por serviços de academia de ginástica em Bogotá era alta enquanto a oferta era escassa, acrescentou. “Era o momento certo para começar algo assim.”

Esse “algo” se transformou em mais do que uma simples academia de ginástica. Os dois empreendedores contrataram médicos de medicina esportiva, terapeutas físicos e nutricionistas, além de instrutores de academia, que juntos elaboram programas de exercícios personalizados e ajudam os alunos a atingir suas metas pessoais de saúde. “Somos realmente diferentes”, enfatiza Gigliola, ao comparar a Bodytech com os concorrentes. Essa nova abordagem mudou todo o setor de atividades físicas na Colômbia, de acordo com a Endeavor, organização americana sem fins lucrativos que apoia negócios com alto potencial em mercados emergentes.

BEM-ESTAR É EQUILÍBRIO

Em 2007, Gigliola foi reconhecida pela Endeavor como empreendedora de grande impacto. Isso fez com que a Bodytech tivesse acesso ao Boston Consulting Group, que ajudou a empresa a projetar uma estratégia de expansão internacional.

Atualmente, com 45 filiais na Colômbia, no Chile e no Peru, mais de 70 mil alunos e quase 1.300 funcionários, a Bodytech é a maior rede de centros de atividade física na América Latina, e ainda está em expansão.

Mas há três anos Gigliola teve a sensação de ter uma revelação e sentiu desejo por uma vida mais equilibrada. Seguindo seu coração, conforme declarou, ela casou e teve uma filha, Antonia, hoje com 3 anos de idade. “Ter Antonia foi um milagre”, disse. “Agora temos um propósito maior na vida.” ■

— Andrzej Zwaniacki

Tecendo negócios de reconstrução energética no Afeganistão

O som da infância que Masooma Habibi mais se lembra é o dos teares. Nascida em 1987 em um campo de refugiados afegãos no Irã, começou a tecer tapetes com sua mãe, irmãos e irmãs quando tinha 5 anos.

“Minhas mãos rachavam e sangravam, o que muitas vezes me fazia chorar na cama”, disse ela.

Masooma ansiava por ir à escola, não porque brincar e aprender era divertido, mas porque as crianças não tecem tapetes na escola.

ENTRE 10 MIL MULHERES

Ela concluiu o ensino médio no Irã com as melhores notas, mas quando seu pai adoeceu e não pôde mais trabalhar, sua família voltou para o Afeganistão.

Em Herat, onde a família de Masooma se instalou, a realidade do Afeganistão mostrou-se bem diferente do país de fábula que sua mãe descrevera. Masooma falava inglês razoavelmente bem e tinha habilidades com o computador, mas não conseguia arranjar emprego na cidade, onde as atitudes com as mulheres que trabalhavam fora permaneciam hostis.

Então, Masooma decidiu mudar-se para Cabul, onde há mais tolerância com relação às mulheres. Arrumou emprego em uma empresa de decoração e fez todo tipo de trabalho, da contabilidade à limpeza de banheiros.

Um fato marcante na sua carreira se deu quando Masooma foi aceita no 10 Mil Mulheres, programa de gestão empresarial da Universidade Americana do Afeganistão patrocinado pela empresa de investimentos Goldman Sachs. Ela adquiriu novas capacidades e uma característica valiosa: autoconfiança.

Ansiosa para aplicar seus conhecimentos

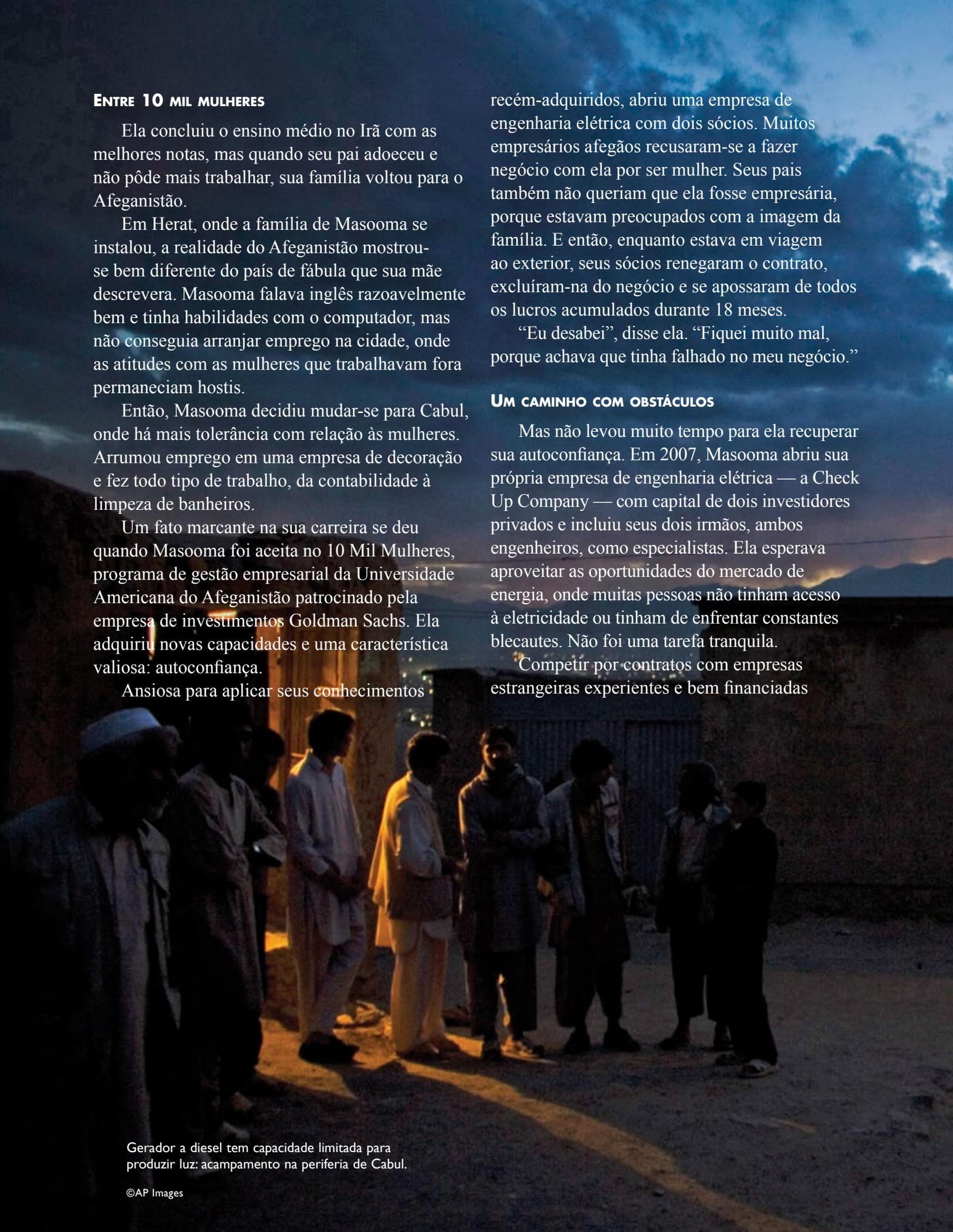
recém-adquiridos, abriu uma empresa de engenharia elétrica com dois sócios. Muitos empresários afegãos recusaram-se a fazer negócio com ela por ser mulher. Seus pais também não queriam que ela fosse empresária, porque estavam preocupados com a imagem da família. E então, enquanto estava em viagem ao exterior, seus sócios renegaram o contrato, excluíram-na do negócio e se apossaram de todos os lucros acumulados durante 18 meses.

“Eu desabei”, disse ela. “Fiquei muito mal, porque achava que tinha falhado no meu negócio.”

UM CAMINHO COM OBSTÁCULOS

Mas não levou muito tempo para ela recuperar sua autoconfiança. Em 2007, Masooma abriu sua própria empresa de engenharia elétrica — a Check Up Company — com capital de dois investidores privados e incluiu seus dois irmãos, ambos engenheiros, como especialistas. Ela esperava aproveitar as oportunidades do mercado de energia, onde muitas pessoas não tinham acesso à eletricidade ou tinham de enfrentar constantes blecautes. Não foi uma tarefa tranquila.

Competir por contratos com empresas estrangeiras experientes e bem financiadas



Gerador a diesel tem capacidade limitada para produzir luz: acampamento na periferia de Cabul.

provou ser difícil, e em muitas ocasiões os ataques do Taleban interromperam as operações da empresa.

“Algumas vezes eu quis parar e desistir”, disse.

Mas ela não fez isso. “Alguma coisa no meu coração dizia: ‘Não pare! Se esforce mais!’”, relata Masooma.

A Check Up, que emprega 22 pessoas, não atingiu o ponto de equilíbrio durante o ano de 2010. Mas continua a avançar. A empresa trabalhou em projetos de construção em Mazar-e-Sharif e em um projeto de hospital em Herat. Para ganhar alguns contratos, Masooma teve de vencer a desconfiança com relação às mulheres por parte de alguns empresários. Ela fez isso apelando ao interesse desses empresários, prestando um serviço melhor a um preço menor do que os dos concorrentes.

Em 2011, estava em um curso de administração de três anos na Faculdade para Mulheres de Dubai, nos Emirados Árabes

Unidos, enquanto administrava a Check Up. No final, o desejo de Masooma é que a Check Up se torne a melhor empresa de energia do Afeganistão e que crie muito mais empregos. Mas, por ora, ela quer que sua empresa ganhe mais experiência e atualize seus serviços enquanto espera a melhora da segurança.

“Nosso negócio depende realmente da estabilidade do país”, afirmou. Mas “nós, afegãos, somos um povo paciente”. ■

— *Andrzej Zwaniecki*



Cortesia: Masooma Habibi

Masooma Habibi, em pé, trabalha com uma colega participante do programa de gestão empresarial na Universidade Americana em Cabul.



COMO VOCÊ COMEÇOU SEU NEGÓCIO?

MAXINE CLARK

A ideia me ocorreu quando fui comprar bichos de pelúcia Beanie Baby com Katie, minha amiga havia dez anos. Quando percebemos que a loja havia vendido tudo, Katie disse: “Eles são muito fáceis de fazer, nós poderíamos fazê-los.” Ela quis dizer começar um projeto de artesanato, mas o que eu ouvi era muito maior. Passei um ano escrevendo o plano de negócios antes de abrir a primeira loja Build-A-Bear Workshop na Saint Louis Galleria em 1997.

Maxine Clark fundou a Build-A-Bear Workshop, cadeia varejista com mais de 400 lojas no mundo todo que vende ursinhos e outros animais de pelúcia personalizados.

Cortesia: Chloe Dao



CHLOE DAO

Quando criança trabalhei com afinco para meus pais em suas várias empresas. O empreendedorismo estava no meu sangue, mas minha paixão era por um negócio que eles nunca tiveram — design de moda. Quando adolescente, eu redesenhava roupas vintage. Depois de me formar no Instituto de Tecnologia da Moda em Nova York, tive diferentes empregos na indústria da moda e vestuário enquanto desenvolvia um plano para minha própria boutique.

Chloe Dao é estilista e proprietária da boutique LOT 8 em Dallas. Suas criações, apresentadas em vários programas de TV, são vendidas nas lojas LOT 8 e Staple.

Cortesia: Terry Guen



TERRY GUEN

Abri meu escritório de arquitetura para realizar minha paixão por projetar paisagens públicas altamente visuais e ecologicamente corretas. Inspirei-me em meus professores, meus pais ativistas, meus filhos e muitos colegas que compartilham dessa visão. Achei que ao fazer projetos com foco na ecologia, na história da cidade e na inovação podíamos destacar as culturas locais e recuperar bairros urbanos densos. Consegui meu primeiro projeto após muitos telefonemas e reuniões com clientes potenciais.

Em 1997, Terry Guen abriu a Terry Guen Design Associates Inc., escritório de projetos urbanos e de arquitetura de paisagens especializado em projetos ambientalmente sustentáveis. Entre seus projetos está o Parque do Milênio Lakefront em Chicago.



Cortesia: Theresa Alfaro Daytner

THERESA ALFARO DAYTNER

Sempre quis ser uma mulher de negócios. Meu pai, cabeleireiro, tinha alguns salões. Eu não tinha certeza sobre que tipo de negócio abrir, portanto, estudei contabilidade na faculdade para entender finanças comerciais. Sempre me interessei por carpintaria e havia feito alguns móveis em casa com meu pai, então, abrir uma empresa de construção vinha ao encontro de meus interesses.

Theresa Alfaro Daytner é fundadora e diretora da Daytner Construction Group, consultoria e gestão de construção há nove anos. Foi considerada uma das Dez Empreendedoras mais Poderosas em 2010 pela revista Fortune.

COMO

JANET RICKSTREW

No final da década de 1990, minha amiga, e agora minha sócia, Mary Tatum e eu estávamos fazendo os projetos de reforma de nossas casas e compartilhando dicas. A ideia da Tomboy Tools surgiu quando fomos a uma “festa caseira” organizada para vender produtos para cozinhar. Achamos que a venda direta era um modo perfeito e divertido de ensinar as mulheres a se sentir mais confiantes para usar ferramentas e compartilhar informações sobre reformas de casas.

Janet Rickstrew abriu a Tomboy Tools Inc. in 2000 para fornecer ferramentas manuais e elétricas ergonomicamente projetadas e treinamento em reformas de casas para que as próprias mulheres executassem o serviço. A empresa tem mais de 1.600 consultores de venda nos Estados Unidos, no Canadá e no Reino Unido.



Cortesia: Janet Rickstrew



Cortesia: Lisa Druxman

LISA DRUXMAN

Quando meu filho nasceu, para voltar à forma, criei um exercício que eu podia fazer com ele. Achei que poderia também ajudar outras mães que haviam acabado de ter filhos. E eu esperava que elas pudessem me ensinar algumas coisas sobre a maternidade. Tendo experiência no setor de atividades voltadas para a boa forma, comecei com uma aula e depois outra em meu bairro. As aulas explodiram e nós terminamos por franquear o processo.

Lisa Druxman is the founder and head of Stroller Strides, an 11-year-old franchise company that offers a stroller-based workout with over 1,300 locations nationwide.

Recursos adicionais

Sites para empreendedoras e proprietárias de pequenas empresas

Astia, organização internacional sem fins lucrativos que promove o empreendedorismo feminino em negócios de alto crescimento, como as empresas de alta tecnologia e de biotecnologia.

<http://astia.org/>



Associação Nacional de Mulheres Proprietárias de Empresas, grupo que oferece informações e recursos educativos para proprietárias de empresas.

<http://www.nawbo.org/>



Entrepreneurship.org, recurso internacional gratuito da Fundação Kauffman para empreendedores, formuladores de política, investidores, mentores, pesquisadores e acadêmicos.

<http://www.entrepreneurship.org/>



Centro Path Forward, grupo educacional e de apoio sem fins lucrativos que promove o empreendedorismo feminino no mundo todo.

<http://www.pathforwardcenter.org/>



eWomenNetwork, site de networking para empreendedoras.

<http://new.ewomennetwork.com/>



StartupDigest, seleção de artigos, vídeos e eventos sobre empresas iniciantes de alta tecnologia e de outras áreas de alto crescimento.

<http://startupdigest.com/>



Semana Global do Empreendedorismo, comemoração mundial de jovens empreendedores e inovadores.

<http://www.unleashingideas.org/>



Women 2.0, site de informações e networking que oferece ajuda no lançamento de empreendimentos inovadores.

<http://www.women2.org/>



Inc.com, oferece dicas sobre os aspectos envolvidos na abertura de uma empresa.

http://www.inc.com/guides/start_biz



Women Home Business, recurso de informações para mulheres sobre como abrir e administrar negócios de sucesso em casa.

<http://www.womenhomebusiness.com/>





©AP Images

Sinead Fyda viaja entre a Tanzânia e Hilliard, em Ohio, para administrar a Jishike Social Couture, que comercializa carteiras criadas por tanzanianas.

PRÓXIMA
eJournal USA

Como Crescer Verde

Youth are leading the way to a sustainable future by creating innovative solutions to global problems. Read about some of their amazing accomplishments and ambitious plans for the future in the next issue of *eJournal USA*, "Growing Up Green."

